

**А.А. Данилов,**  
*доктор исторических наук, профессор*  
**А.П. Данилов,**  
*кандидат исторических наук, профессор*  
**М.Г. Данилова,**  
*кандидат филологических наук, доцент*  
**А.Н. Мытников,**  
*старший преподаватель*  
*Чувашского государственного университета*  
*имени И.Н. Ульянова*  
*г. Чебоксары, Россия*  
© А.А. Данилов  
© А.П. Данилов  
© М.Г. Данилова  
© А.Н. Мытников

## **«НОВЫЕ МЕДИА» И МАССМЕДИА В ЧУВАШИИ: СТРАТЕГИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ**

*Аннотация.* В статье анализируется региональный рынок массмедиа Чувашии. Отражена специфика и оценка эффективности их деятельности, определяются критерии успешности рассматриваемых проектов, стратегии взаимодействия с новыми медиа.

*Ключевые слова:* информационно-коммуникационные технологии, новые медиа, массмедиа, средства массовой информации, Чувашия, Интернет.

*Abstract.* The article analyzes regional market media information Chuvashia. Reflects the specificity and evaluation of the effectiveness of their work, defines success criteria of projects under consideration, the strategy of interaction with new media.

*Keywords:* information and communication technologies, new media, mass media, media, Chuvashia, the Internet.

В XX веке произошла революция в сфере информационно-коммуникационных технологий. Появились новые, уникальные возможности получения, обработки и распространения информации. Интернет, сотовые технологии, реализация возможностей мгновенной передачи различных типов информации на расстоянии вывели обще-

ство на качественно новую ступень развития, кардинально трансформировали принципы организации работы в большинстве сфер жизни, в том числе и в массмедиа.

Для выработки стратегии взаимодействия новых медиа и традиционной журналистики, в частности, в Чувашии, необходимо дать определение понятию «новые медиа». На наш взгляд, под «новыми медиа» подразумеваются интерактивные электронные издания и новые формы коммуникации производителей контента с потребителями. Этим термином обозначается процесс развития цифровых, сетевых технологий и коммуникаций.

Новые медиа появились в конце XX века наряду с различными цифровыми технологиями, такими как Интернет, цифровые камеры, спутники и цифровое вещание, и продолжают развиваться и видоизменяться в настоящее время. В России наблюдаются уникальные в своем роде для медиасистем мира процессы возникновения интернет-СМИ. По показателям развитых медиарынков, в большинстве стран мира традиционные СМИ в Интернете представлены в виде сегмента дополнительного присутствия медиа в новой сфере. В России существует большое количество средств массовой информации, которые функционируют только в формате онлайн. Это объясняется особенностями российской медийной системы. Зачастую отечественные интернет-СМИ играют более существенную роль на медиаполе, нежели аналогичные средства массовой информации в других странах мира [3, с. 204].

Переход традиционных медиа в Интернет необходим для сохранения старой и создания новой аудитории. Однако, многие издания до сих пор не воспринимают Интернет в качестве эффективного инструмента расширения аудитории и регистрируются там, чтобы показать своё присутствие. Особенно такое явление наблюдается в регионах. Но это не мешает новым медиа изо дня в день превращаться в конкурентов традиционных СМИ [2, с. 132].

Если раньше сайты, социальные сети были дополнением к традиционным медиа, дублировали их материалы, то к настоящему моменту они образуют совершенно самостоятельный инструмент информирования аудитории и даже в какой-то степени становятся фактором воздействия на неё. Такая тенденция стала причиной дискуссий о неизбежном вытеснении старых медиа новыми. Однако, думается, что подобное развитие событий маловероятно. Версии ведущих печатных изданий до сих пор пользуются популярностью. Но факт

остаётся фактом: новые медиа производят информацию быстрее, чем традиционные. При этом может страдать качество и это зачастую относится к неофициальным изданиям, пабликам в социальных сетях, аккаунтам в твиттере или блогерам.

Согласно текущему законодательству «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и отдельным законодательным актам Российской Федерации по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей» блогеры, у которых на персональном сайте или странице в социальных сетях зафиксированы более 3000 посещений в сутки, вносятся в реестр и приравниваются к СМИ [6, с. 28]. А это значит, что владелец блога обязан «проверять достоверность размещаемой информации, выполнять правила предвыборной агитации, не распространять сведения о частной жизни граждан и экстремистские материалы, а также указывать возрастные ограничения для пользователей» [8].

Не совсем, однако, правильно возлагать на блогера надежду в предоставлении объективной (блогер субъективен и эмоционален), качественной информации, поскольку закон не предоставляет и не может предоставить блогерам права, аналогичные правам журналистов. В частности, право на предоставление информации, право на псевдоним, право на нераскрытие источника информации. К тому же, Интернет в первую очередь является средством общения и коммуникации, в то время как СМИ, в частности, выполняет функцию формирования общественного мнения. Но объединяет новые медиа и традиционные СМИ одно – доставка послания, сообщения.

Взаимодействие новых медиа и традиционных СМИ в регионах несомненно специфично. В Чувашии идет активное внедрение современных информационных технологий при производстве журналистского информационного продукта. В качестве примера можно привести сайты, группы в социальных сетях таких региональных газет, как «Советская Чувашия», «ПроГород-Чебоксары» и «Национального радио Чувашии» [5, с. 11].

«Советская Чувашия» – единственное ежедневное общественно-политическое издание Чувашской Республики на русском языке. Выходит 5 раз в неделю. Тираж ежедневной (4 полосы) – 16000 экземпляров, выпуска по четвергам – 18600. Распространяется по подписке и в розницу [4, с. 379]. «Советская Чувашия» является представителем качественной прессы. На страницах газеты освещаются полити-

ческие, экономические, социальные, духовные вопросы. Аудитория издания – преимущественно люди среднего и пенсионного возраста. Тем не менее редакция активна в привлечении и молодежной аудитории. «Советская Чувашия» организовала электронную подписку на издание, однако, на наш взгляд, весьма спорна эффективность подобной формы взаимодействия с аудиторией. На официальном сайте издания преимущественно дублируются материалы печатной версии газеты, сопровождающиеся дополнительным фото- и видеоматериалом, возможностями обратной связи. Присутствие в социальных сетях ограничено ресурсами Facebook, Vkontakte и Twitter, на видеохостингах – каналом в Youtube. В настоящее время аудитория издания на данных ресурсах сравнительно небольшая. «ProГород-Чебоксары» является массовым бесплатным еженедельным рекламно-информационным изданием, распространяемым в пределах г. Чебоксары. Тираж газетной версии – 140 000 экз. На страницах газеты публикуются материалы, освещающие вопросы городской жизни населения города. В настоящее время официальный сайт издания является одним из самых посещаемых новостных ресурсов региона. Аудитория издания в «ВКонтакте» составляет более 100 тыс. пользователей. Развивается также информационное присутствие в Facebook, Twitter, Youtube [1, с. 262]. Несомненным преимуществом сайта является информативность, доступность материала аудитории. Информация обновляется регулярно, в хронологической последовательности, материалы сопровождаются сопутствующим визуальным рядом, грамотно налажена внутренняя перелинковка материалов, каждая публикация оптимизируется под ведущие поисковые системы (равномерное распределение ключевых слов по всему материалу, оптимизация заголовков, наличие визуального ряда и т.д.) [7, с. 315].

«Национальное радио Чувашии» – первая в Чувашии радиостанция, осуществляющая вещание на национальном, русском и татарском языках на территории Чувашии. Данный радиоканал транслирует свои передачи как на обычных радиоустройствах, так и в Интернете, в частности, в составе веб-сайта «Национальной телерадиокомпании Чувашии», где также можно прослушивать радиопередачи в прямом эфире. Обычно через персональный компьютер, ноутбук. Отдельно «Национальное радио Чувашии» имеет официальную группу в «ВКонтакте» (участников чуть больше 1000 человек), налажен процесс обратной коммуникации: люди, слушая радиопрограммы, отписываются на странице группы, выражая свои пожелания. В

«Твиттере» нет отдельного аккаунта, но есть аккаунт «НТРК». Формат и тематика программ отличаются разнообразием и состоят из анонсов событий, календарей памятных дат, летописи Чувашской Республики, хроники происшествий, новостей спорта, репортажей, интервью, комментариев и многого другого.

В том, что в Чувашской Республике также активно развивается процесс взаимодействия новых медиа и традиционных СМИ, можно убедиться на примере радиопрограммы «Студенческий городок». Молодёжная радиопрограмма «Студенческий городок» выходит на волнах «Национального радио Чувашии» по четвергам раз в две недели в 20:30 (по московскому времени). Передача «Студенческий городок» – это радиопанорама яркой и насыщенной жизни студентов Чувашской Республики. Автор и ведущий данного проекта, Артём Гаврилов, после выхода в эфир очередной передачи, публикует выпуск в созданную им группу в «ВКонтакте» и «репостит» на персональную страницу. По лайкам, комментариям и перепостам видно, что и в социальной сети эта передача нашла свою аудиторию. Все выпуски можно прослушать в группе в разделе «аудиозаписи». Там также созданы три темы: «Ваши отзывы и предложения», где любой желающий может поделиться своим мнением, пожеланиями и предложениями; «Gaudeamus», посвящённый идеям пользователей, слушателей для эфиров рубрики с этим же названием и «Выбор Слушателей», предназначенный для того, чтобы люди могли делиться своими любимыми отечественными композициями, имеющими возможность в дальнейшем попасть в шорт-лист песен-участников голосования «Выбор слушателей» и прозвучать в выпусках радиопрограммы «Студенческий городок» в эфире «Национального радио Чувашии» и «Таван радио».

Таким образом, интернет-версии ряда печатных изданий, радиопередач и т. д. в Чувашии образуют самостоятельный инструмент информирования аудитории и даже начинают играть немаловажную роль в формировании общественного мнения, хотя традиционные СМИ здесь всё же в большей степени популярны, чем в крупных городах России. Поэтому, на наш взгляд, в рассматриваемом регионе преждевременно рассматривать новые медиа и массмедиа с точки зрения конкуренции. Но однозначно можно утверждать, что конвергентная журналистика в Чувашии становится все более популярным явлением.

### *Литература:*

1. Гаврилов А.Д. Процесс дигитализации печатных СМИ Чувашии (на примере газет «Советская Чувашия» и PROгород-Чебоксары) // Юность Большой Волги: сборник статей лауреатов XVII Межрегиональной конференции-фестиваля научного творчества учащейся молодежи «Юность Большой Волги». – Чебоксары, 2015. – С. 262.
2. Данилов А.А. Основные тенденции развития электронных средств массовой информации и их роль в реализации задач воспитания // Семья в России. 2006. № 2. С. 132.
3. Данилов А.А. Оценка эффективности деятельности интернет-СМИ Чувашии // Визуальная коммуникация в социокультурной динамике: сб. статей международной научно-практической конференции (23 октября 2014 года). Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2015. С. 204.
4. Данилов А.А. Трансформация жанрово-тематической структуры материалов аудиовизуальной журналистики (на примере телевидения Чувашской Республики на рубеже XX–XXI вв.) // Вестник Чувашского университета. 2006. № 4. С. 379.
5. Данилов А.А. Электронные средства массовой информации регионов России: литература и источники // Вестник Чувашского университета. 2006. № 7. С. 11.
6. Данилов А.П., Данилов А.А. К вопросу об информационной безопасности в регионах Российской Федерации: историко-правовые аспекты // Вестник Чувашского университета. 2015. № 2. С. 28.
7. Данилов А.П., Данилова М.Г. Пресса Чувашии в Интернете // Вестник Челябинского государственного университета. 2015. № 5 (360). С. 315.
8. Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 31.12.2014) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2015) [Электронный ресурс] // Сайт «Консультант плюс». URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_61798](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798) (дата обращения 21.11.2015).